

くまもと県民テレビで1997年から毎週月～金曜の夕方に放送されている情報ワイド「テレビタミン」。同局の本橋馨、村上美香の両アナウンサーを中心に、地元タレントらが県内の話題やスポーツ、人物などを紹介する企画や、動物のカードをめくって賞品がもらえるゲームコーナーが人気で、最高視聴率約20%、平均視聴率も10～12%という絶大な人気を誇るお化け番組だ。同番組のスタートから制作にかかり、一時は数%まで落ち込んだ「暗黒時代」から人気番組へ再生した中島研制作部長に、V字回復の秘密を聞きました。



理想は究極のマンネリ 視聴率 20%! 地方の“お化け番組”を再生

KKTくまもと県民テレビ
くまもと県民テレビ 制作部長
中島 研さん

なかしま・けん 1969(昭44)年12月1日生まれ。福岡県出身。92年熊本県民テレビ入社。業務部、報道部を経て、熊本初の夕方情報ワイド番組「テレビタミン」の立上げに携わる。その後、01年に日本テレビに出走し、「ズームイン!!SUPER」を担当。出向後は「テレビタミン」の総合演出などを担当し、12年からプロデューサーに。毎年来場者数が10万人を超える、熊本市中心市街地で開催されるイベント「夢まちランド」も担当する。



テレビマンを目指した理由は？

とにかくテレビが大好きだったんです。高校・大学は福岡だったので、福岡かゆかりのある熊本でテレビマンになれたらいいなと思っていました。学生の頃から、ADやカメラアシスタントなどテレビ局で働きたかったんですが、枠がなくて苦勞しました。今は、なり手がなくて苦勞していますけど…。ですが、バブル時代最後の1992年、縁があって入社することができました。

入社してから「テレビタミン」にかかわるまでは？

入社後は5年間、CM進行の業務を担当していたのですが、96年に熊本の夕方情報番組を立ち上げるということになり、そのプロジェクトメンバーに加わることになったんです。それまでは制作にかかわっていませんでした。10か月報道を経験して、「テレビタミン」の立ち上げから担当することになりました。

その後、一度番組を離れたんですよ。

当初から視聴率もよく、番組が順調にいったので、「ほかを見て、勉強してこい」ということで、日本テレビに出走して「ズームイン!!SUPER」を担当して、営業も経験させてもらいました。

再び「テレビタミン」に戻ったのは？

番組がスタートして10年がたち、視聴率が落ち込んだんです。夕方ワイド10年周期説というのがあり、と言われていたんです。他局も夕方ワイドをやるようになり、少し飽きられて、10年下がる。そこを乗り越えればまた10年続くという話なんです。が「テレビタミン」も当初から10%ぐらいの視聴率がありました。10年たつて、4%～5%ぐらいまで落ち込んでいたんです。そのタイミングで番組のテコ入れを、ということになりました。

戻ったときは番組は大変だった？

コンサルティングもやる調査会社に調べてもらった。番組は病気で言えば末期がんの状態と言われました(笑)。結果を出そうというあたりから、キヤスターを替えたり、コーナーをこころ変えたり、いろいろとじじちゃっていったんです。何をやってもうまくいかない。周りからは色々言われて、またいじると輪をかけて結果が出ない…。その頃はスタッフも楽しんでなくて、やらされている感が強かった。今では笑ってその頃のことを「テレビタ暗黒時代」と呼んでいます。が、本当に大変でした(笑)。そこで、自分たちも楽しく視聴者も楽しめるようなものをやる、ということになりました。また、原点復帰しよう、ということになり、良かったこのフォーマットに戻して、10年掛かって分かったことを踏まえて、昔と今の融合をさせた新生「テレビタミン」をスタートさせました。ニュースキャスターに担当が変わっていた本橋アナウンサーをメインキャスターに戻して、熊本の大スターばつてん荒川さんのものがラジオで評判だった、ものまねタレント英太郎をレギュラーに加えました。英太郎の起用に関しては、当時、視聴者や上層部から色々言われたんですが、使い続けることでお茶の間にも受け入れられました。無名だった英太郎も番組をきっかけに今

や熊本では知らない人はいない、子どもからおじいちゃんおばあちゃんまで幅広く知られる、熊本の大スターにまで上り詰めました。

回復を加速したものは？

コンサルで名物コーナーがないでしよと言われたんです。大人から子どもまで分かりやすい「めくってはいはる」というカードのゲームを企画したんです。ルールは簡単にカードをめくって次に選んだカードの数字が上か下かというのを当ててゲーム。ただ、ゲームだけやっても面白くないので、視聴者と本橋(キャスター)との掛け合いを楽しんでもらえるようなコーナーにしました。すると「夕食の支度をしようたけん、見とらんかった」と「相撲は見よった」「風呂に入つた」など画面の向こうの家庭が見えるんです。そこを本橋がいじる。会話を楽しみながら、日常生活の中でドキドキハラハラをしたい。出ている人だけでなく、見ている人もそうなんです。



名物コーナーになったポイントは？

10数分ぐらいかかるんで1人にしようと思ったら、上司からファクスやメールだけでなくはぎの申し込みもあるんで2人やること言われました。ゲームは単純なので、視聴者とのやり取りをすることでファンを拡大していく企画だから、クイズは2の次でお願いしますと言ったら、いまでは無駄話ばかりで20分ぐらいかかることもあるんです。どんどん(尺時間)が伸びていつ、TKタイムキーパーさんから尺が読めないで困ること言われるんですが、生放送ですから何とかなります(笑)。毎日長時間かけるものでない、名物コーナーにはならない。毎日続けることで「はいはる」「テレビタミン」になりました。毎週はがき、ファクス、メールで多い時には3000通を超える応募が来るようになりました。

それ以外の回復のポイントは何だったんでしょうか？

迷っているときは、メイソンのVTR企画を番組冒頭でやったり番組後半でやったりと番組構成を日々やり変えていたんですが「テレビタミン」は高齢層の視聴者が多いので、時間的に何時だったかのコーナー、ということでも、時代代わりに見てもらえるように、きっちり整理したんです。昔のドリフの8時だヨ全員集合がオープニングのあととコントがあつてゲストの歌があつて合唱団があつてミニコントがあつてエンディングみたいに、番組スタートがそうだったように。

そうした改善は効果が出るまで時間がかかるのでは？

上司にも恵まれて、底まで落ちたら、あとは上がっていくしかないんだから、「任せるからやれ」と言ってもらえたので、筋道付けて信じていくしかない。少しずつ整理しながら、1年ぐらい頑張ったたら何となく数字が取れてきて、10%を超えてきて、12、14と上がってきて、20%近くまでいってしまいました。それで少しずつ視聴率が戻ってきました。2014年には最高の19%も出しました。

V字回復を達成できた要因はなんですか？

番組開始からキャスターが変わっていないのは全国的にも珍しい。本橋と村上をはじめスタッフみんな力を持っていて、他局と比べても負けていないと思う。出演者から制作スタッフ、営業部まで共通認識で「テレビタミン」って何か分かってくれていると思う。野球でいうと1番から9番までキャラクターが違う人間がそろっていて、監督からしたら非常にやりやすい。若手、中堅、ベテランとそろっていてバランスも良かった。

回復後も好調をキープしている秘訣(ひけつ)は？

お年寄りの方が相手の番組だということは忘れるな、いつも言っています。ただ悪かったときは、お年寄りだけに向けた企画をやらないといけない、それだと面白くない、という悪循環に陥っていた。お年寄りに分かりやすい言い方、横文字はできるだけ言い換えよう、ということでも、おもしろグッズは「おもしろ商品」にするとか、デザートはいいけど「スイーツ」はどうかみたいな議論をしています。ネタ自体は若い人向けでも良いんですが、演出をお年寄りでも分かるような表現にしよう、ということです。

企画での注意点は？

雑誌やタウン誌でやる企画はやめようと、ブルメでもカタログ的なものはやめて、見てみただけで、役に立つとか、見て笑えるとか、何か付加価値があるものにしていきます。我々ローカル局は人物を追う、地域貢献をしないと生き残れないと言われていました。

また「10年周期」が巡ってきますね。

先程、言ったように理想とするのはドリフターズの「全員集合!」のように、マンネリが大事だと思っています。暗黒時代はマンネリが悪いというだけでした。今は大枠は変えずに、少しずつモデルチェンジをしながら、究極のマンネリを続けていきたい。縦軸で変えない、「笑える月曜日」「がんばる火曜日」「得する水曜日」「おいしい木曜日」「楽しい金曜日」など曜日のテストと時間割は変えずに、飽きられないように企画を作っていければと思います。